

Yazılar:

GRAFİK ERLER MESLEK KURULUŞU
Güzelbahçe Sokak Şafak Ap. 13/3, 80200 Nişantaşı, İstanbul Tel. 141 05 95

Victoria Döneminden Post-Modernizm'e Grafik Tarzlar (1)

Steven Heller ve
Seymour Chwast

Thames And Hudson, 1988

Çeviri: Hezarfen Fotoğrafya
(Hadiye Cangökçe, Cem Çetin)

*Tüm sanat yapıtları hem yalnız
göründükleri gibi, hem de bi-
rer simgedirler.*

*Oscar Wilde, Dorian Gray'in
Portresi, 1891*

*En alçak gönüllüsünden en
görmeklisine, tüm süslemeler
bir gün o açıklayıcı bütünü,
çağın dekoratif tarzının unsur-
ları haline gelebilirler.*

Emile Gallé, Nancy, Fransa, 1900

*Uygarlıkların işaretidir tarz.
Tarihçiler Mısır, Grek, Gotik,
Rönesans, Kolonyel, Ameri-
kan veya Art Nouveau olsun,
herhangi bir eski eserin tarihi-
ni, tarzı sayesinde belirleyebilir-
ler. İnsanların, ait oldukları
toplumu ve ürün kavramının
tarih içinde akıllarında geliştiği
anı yansıtmadan herhangi bir
nesne üretmeleri olanaksız-
dır... Bu anlamda, insanoğlu-
nun ürettiği herşeyde tarz
vardır.*

*Sir Micha Black, Tiffany/Whar-
ton Konuşmaları, 1975*

GİRİŞ

Tarz, en genel anlamıyla, belirli ya da tipik bir ifade, tasarım, yapı veya uygulama tavrıdır. Grafik tasarım ile ilişkisi içinde tarz, belirli bir zamanın ve mekanın baskın görsel estetiğini belli eder. Tarz sözcüğü, belli bir grafik tasarımcının imzasını, yani bu tasarımcının özel bir harf karakterini veya karakter ailesini, tipik bir renk paletini ve dekoratif ya da işlevsel yaklaşımlardan birini tercih edişini anlatmak için de kullanılmıştır. Tarz, tasarımı malzeme ve bu malzemenin hitap ettiği topluluk tarafından da tanımlanır: örneğin,

kurumsal tarz yayın tasarımında-
kinden, habercilik tarzı reklamcı-
lıktakinden, polemik tarzı ticarî
tarzdan farklıdır.

Temelde grafik tasarımcı, bir ürünün veya düşünceyi doğasını oluşturmak, onun erdemlerini sunmak için uygun platformu yaratmak ve bu tür bilgileri en etkili biçimde duyurmak ve ilan etmek için, mesajları düzenler ve iletir. Tasarımcı, görsel biçimlere müdahale edip uygun bir tarz oluşturarak, bir ürün ya da düşünce için doğru kitlenin dikkatini çekebilir. 1969'da, New York Belediye Başkanı John Lindsay'nin tekrar seçilme kampanyasında, strateji uzmanları yeni oy hakkı kazanmış gençleri çekebilmek için, o zamanlar ticarî gençlik tarzının ilahı olan Peter Max'a rengârenk, saykodelik bir afiş yaptırmışlardı. Aynı şekilde, 1972'de George McGovern'in cumhurbaşkanlığı seçimi kampanyasını yürütenler, benzer bir gurbu kendi taraflarına çekebilmek için Larry Rivers'in bir afişini kullanmışlardı; karşı cephedeki Nixon'ın reklamcıları da, kendi genç-işi afişleriyle ortaya çıktılar. Böylece, tümüyle farklı bakış açılarını savunan bu iki başkan adayının afişlerinin grafik tarzları birbirine benzemişti.

Basit bir tanımla grafik tarz, grafik tasarımın yüzeysel dışavurumu ya da, "görünüşü"dür. Bu kitap da, 19. yüzyılda sanayi ve ticaret alanlarında gerçekleşen devrimlerin sonucunda ticarî sanatın ortaya çıkmasından bu yana söz konusu görünüşün nasıl evrim geçirdiğini ve tekrar tekrar uygulandığını anlatmaktadır. Ancak, bu denli dar bir çerçeve içinde ele alınmasına karşın, tarzların doğrusal analizini yapmak yine de son derece güçtür; zira, çizerler ve tasarımcılar kendi dönemlerinin beğenilerini belirleyenleri her zaman sadık bir biçimde izlememişlerdir. Örneğin, Victoria tarzı diye adlandırdığımız akım yetmişbeş yıl sürmüş ve sayısız nüans, sayısız çeşitleme içermiştir. İki dünya savaşı arasında etkili olan dekoratif sanatlar hareketi Art Deco da, birbirinden belirgin bir biçimde farklı yöntemlerin harmanıdır. Ancak daha yakından incelendiğinde, bu dönemlerin ürünlerinde onları yine de Victoria ya da Deco şemsiyelerinin altında toplamaya yetecek kadar çok ortak görsel özellik olduğu görülebilir.

Tarihçiler, çağlar boyunca tarzları inceler ve çözümlerken, resim, heykel, mimarlık, mobilya ve giyim üzerinde yoğunlaşmış, grafik tasarıma üstünlük bakıp geçen ortak bir sınıflandırma sistemi geliştirmişlerdir. Buna karşın, bir dönemin reklamları, afişleri, ambalajları ve harf karakterleri, hattâ ilüstrasyon ve karikatürleri, içinde üretildikleri toplumu en az sözü edilen alanlar kadar, belki de daha fazla belli ederler. Tıpkı toplu iletişim gibi, ticarî sanat da çoğu kez, diğer sanatların ve teknolojilerin anlaşılabilirleştirilmiş ve geniş bir kitlenin ulaşabileceği hale getirilmiş sentezidir. Gerçekten de, kitlenin benimsediği bir grafik tarz çoğunlukla, daha önce ulaşılmaz, avant-garde veya elitist olan görsel felsefelerin halk tarafından kabul gördüğünün belirtisidir.

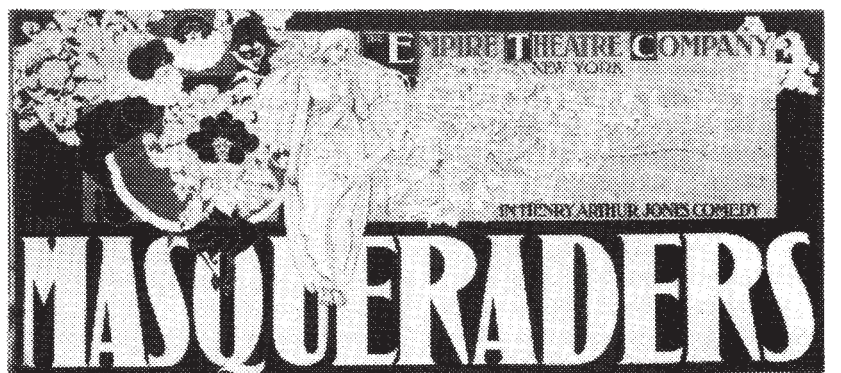
Tarihte geriye doğru gidildikçe, tarzların dönemlerini tek başlarına daha da fazla temsil ettikleri görülür (tabii, bunun bir nedeni de belge eksikliğinin genellemeye yol açabilmesidir). Yakın geçmişimiz, oldukça kısa ömürleriyle birbirlerini izleyen sayısız tarzla dikkat çeker. Bu tarzlar öylesine büyük bir hızla gelip geçmişlerdir ki, çarpıştıklarında bir tür kültürel detonyasyon oluşmuştur. Günümüzde grafik tarzı ilgilendiren esas soru, yeni teknolojinin sanayi devriminde olduğu gibi, grafik iletişimin yalnızca tenini değil, etini de değiştirip değiştiremeyeceğidir. Tasarımcılar daha tutarlı bir geleceği düşlerken, çağdaş tasarımı en iyi tanımlayan laf, "yaşam tarzı"dır. Tasarımın kendisi de artık bir me-tadır: dekoratif grafik tasarıma, müşterileri baştan çıkarıp ürünleri satın aldırma görevi, hiç bugünkü kadar fazla yüklenmemiştir.

Victoria döneminden bugüne dek grafik tasarım ekonomi ve kültür alanlarında çeşitli ustalara hizmet etmek zorunda kalmış, bu yüzden grafik tarzlar türlü biçimlerde evrim geçirmişlerdir. Bazı tarzlar estetik gerekçelerle gelişirken (Art Nouveau), bazılarının güdeleri siyasi olmuştur (Dada). Kurum kimliği gereksiniminden kaynaklanan (Swiss International), ticarî gereksinimlere dayanan (Post Modern), ahlakî ve düşünsel temelleri olan (Bauhaus) grafik tarzlar varolmuştur. Bazı tarzlar güzel sanatlardan

(Art Deco), bazıları sanayiden (Plakatstil) etkilenmiştir. Bazı ulusal tarzlar, uluslararası akımlara dönüşmüştür (Fütürizm). Tarzların çoğu nispeten kısa ömürlüken, bazıları uzun süre yaşamış, birkaçı ise günümüze dek etkisini korumuştur (Konstruktivizm, Ekspresyonizm, Gerçeküstüçülük). Ve birçok tarihî tarz daha sonraki nesiller tarafından yeniden canlandırılmış, tekrar yorumlanmış ve yanlış kullanılmışlardır.

Günümüzde grafik tasarımcılar için tarihî tarzlarla dolu bir çekmeceyi diledikleri gibi karıştırarak amaçlarına uydurulabilecek olanları araştırmaktadırlar. Kimi zaman, yıllanmış bir tarzı uygun ve zarif bir biçimde yaşama döndürürler; ürünün imajı, bir başka mekâna ve zamana bağlanarak güçlenir. Ancak daha çok, kendilerine özgü belirgin bir görsel kimlikten yoksun tasarımcılar, bir zamanlar geçerli olmuş tarzları, onları ortaya çıkaran etkenleri tümüyle gözardı ederek uyarlamaya çalışırlar. Ta 1856'da, "Dekoratif Sanatlarda Doğrular ve Yanlışlar" başlıklı makalesinde Owen Jones, dönemin "bir topluluğun isteklerini, yeteneklerini ve duygularını doğru olarak temsil eden sanatın bambaşka koşullar altında bir başka topluluğun istek, yetenek ve duygularını temsil etme" çabasını reddediyordu. 1960'larda, Fransız Art Deco'sunun tekrar canlanması Amerikan tasarımında melez bir dekoratif akımı ortaya çıkarmıştı. Yaratıcı ustalar acele etmeyip Deco'nun biçimsel özelliklerini sindirmeye ve bunları özgün, hatta anlamlı bir hale getirmeye çalışarlarken, tasarımcıların çoğu Deco'nun şimşeklerini, ışınlarını ve başlık harflerini dikkatsizce taklit etme yoluna gittiler. Ortaya en iyi ihtimalle nostaljik bir kandırmaca çıkıyor, bu da üretildiği dönem ve yeni sunulmakta olan ürün veya düşünce hakkında pek az ipucu sağlıyordu. Daha yakınlarda, Rus Konstruktivizminin radikal biçim dili, böyle bir "tekrar göze girme" süreci atlattı. Çağdaş tasarımcılar, tarzı -Konstruktivizmin kırklar ve ellilerde İsviçre'de rasyonalist tasarımı etkilemesi gibi- yeni bir bakışı etkilemek ve biçimlendirmek için kullanmak yerine, Konstruktiviz-

Will Bradley. *The Masqueraders* [Maskeliler]. Afiş, yaklaşık 1894.
Metropolitan Sanat Müzesi, New York. Fern Bradley Dufner'in armağandır





Vassily Komardentov. *Fırtına Süvarileri. Bir şiir kitabı için Kübo/Fütürist tasarım, 1920. Ex Libris koleksiyonundan, New York*

min dinamik asimetrisini ve temel renklerini sıradan oyuncaklar gibi algılamışlar, özdeki hedefleri dikkate almadan yüzeysel özellikleri taklit etmişlerdir. Bu eğilim her ne kadar ağır bir biçimde eleştirilebilirse de, bir yandan da mantıklı ve kaçınılmaz bir tepki olarak değerlendirilebilir. Zaman ve ortam itibarıyla varoluş nedeninden kopartılmış bir tarz yalnızca içi boş bir kabuk da olsa, bazı tasarımcılar özgün fikir gereksinimi karşısında bu kabuğu karşı konması zor bir sığınak olarak görebilirler.

Tabii bu tür zimmete geçirme olaylarına sanat tarihinde sıkça rastlanmaktadır. Tipik yapı, çeşitli dönemlerde yeniliklerin ortaya çıkması ve yıllar, hatta yüzyıllar sonra bu yeniliklerin tekrar gündeme gelmesi veya canlandırılmasıdır. Basit taklitçilikten veya unutulmuş standartları içtenlikle yeniden tesis etme çabaları olmaktan öteye gitmeyen canlanmaların yanı sıra, yeni buluşlara yol açanlar da olmuştur. Örneğin, İngiliz Pre-Raphaelite ressamlar topluluğu, on dokuzuncu yüzyılda, Erken Rönesans İtalyan dinî resimlerindeki saflığı benimsemeye çalışmıştı. Topluluk, gerçekçi sanatın hakim olduğu bir dönemde, çok önemli olduğu halde gözardı edilmiş olan imgelem unsurunu geri getirerek anlamlı bir tarihî katkıyı gerçekleştirmiştir. Pre-Raphaelite'lerin Gerçeküstüçülük üzerindeki doğru-

dan etkisine dair, Marcel Duchamp, "Herşeye karşın hâlâ yanmaya devam eden küçük bir ateş yaktılar," demiştir. Öte yanda Hermann Broch, sanatın herhangi bir döneminde neo-şu veya neo-bunun baskın olmasının gerçekte yalnızca sahteciliğin, kalp sanatın hüküm sürdüğünün işareti olduğunu savunmaktadır. Broch bu yargısını mimarlık, moda ve uygulamalı sanatlardaki etkilerine karşın on dokuzuncu yüzyılın sonlarındaki Neo-Barok ve Neo-Gotik akımlarına da uygulamaktadır. Bu tür kurguları anti-tarz olarak tanımlayan Broch'un gerekçesi, bu akımların

zaman ve mekânı iyi tanımlayamamalarıdır.

Gerçekte ilk modern uluslararası tarz Art Nouveau olduğu halde, Modernist terimi daha çok yirminci yüzyılın başlarındaki antiburjuva, ütopyik sanat akımları için kullanılmaktadır. Tasarımdaki Modernist yenilikler, bariz bir biçimde, geçmişin taklitlerini birbirine yamamaya değil, yekpare kumaşlardan dikilerek oluşturulmuş tarzlardı. Picasso ve Braque'ın 1908 ile 1913 yılları arasında gerçekleştirdikleri benzeri görülmemiş Kübist deneyler, onlarca yıl boyunca ressamları, modacıları ve grafik sanatçıları etkilemiştir. İlgisiz harf formlarının üst üste bindirilmesiyle oluşmuş sözcük parçalarının kullanıldığı Kübist harf/görüntü kolajları, tasarımcılar için, özgün ve anlatım gücü yüksek bir tipografik iletişim yöntemi anlamına geliyordu. Şiirlerde, manifestolarda ve sergi duyurularında kullanılan bu tipografi uygulamaları, temelde birer reklam araçlarıydı ve nihai amaçları da, yeni bir bakışın propagandasını yapmaktı. Söz ve görüntü arasında kıyılan bu nikâh, güzel sanatlar ile uygulamalı sanatlar arasında matbaacılığın ilk günlerinden başlayarak giderek büyümüş olan uçurumun zamanla daralmasını sağlamıştır. Modernist ağaç, birçok dal vermiştir. Bu dalların her biri, biçimsel bir tasarım dili ve resmi bir yayın organı tarafından yaygınlaştırılan düşünsel bir altyapı ile az ya da çok desteklenmiştir. Theo van Doesburg'un sade De Stijl tipografisi Solomon Telingater'in Konstrüktivist harflerinden görsel olarak farklı olduğu halde, her ikisi de indirgemeciliğin [reductionism] temel ilkelerine sıkıca bağlı kalmışlardır: süsleme günahı (Vienna'lı mimar Adolf Loos'un belirttiği gibi); basit çizgisel ve geometrik formlar erdemdi; asimetri her yerde baskındı. Almanya'da, Paul Renner'in geometrik tırnaksız harf karakteri Futura, yaşlı ve huysuz, siyah Fraktur yerine heyecan verici bir alternatif olarak ortaya çıktı. Rusya'da da tipografiler Üretkenci

El Lissitzky. *Die Kunstisten. Kitap kapağı, 1924. Ex Libris koleksiyonundan, New York*



[Productivist] çağı güçlü bir biçimde sembolize edebilmek için dinamik harf düzenlemelerine başvurdular.

Bu yenilikleri eleştirenler de vardı tabii. 1920'lerde, klasik geleneğe bağlı ünlü Amerikalı tipografçı ve reklam tasarımcısı Thomas Maitland Cleland, tasarım organizasyonlarının karşısında yaptığı konuşmalarda, Yeni Tipografi'yi şiddetle lanetliyordu. Yeni Tipografi'nin "baştan çıkarıcı kestirme yolları ve ayartıcı felsefesi -sindirilmemiş fikirler ve sindirilemeyecek hedeflerden oluşan rahatsız edici bir keşmekeş", Cleland'a göre, "yeni birşeyler için duyulan amansız bir özlemin" sonucuydu. Şöyle diyordu Cleland: "Tipografi, düşünceye ve dile görsel bir varoluş sağlar ve onların uşağıdır. Ancak yeni düşünme biçimleri ve yeni bir dil ortaya çıktığında yeni bir tipografinin zamanı gelmiş olur." Cleland gibi eleştirmenler, formalitenin prangalarından kurtulmuş yeni bir tasarım biçiminin geleneksel tanıtımda etkili olabileceğine inanmıyorlar, klasik yaklaşımların da -doğru kişilerin ellerinden çıktığında çok güzel olabildikleri halde- güncel başarıları değil, geçmiş başarıları temsil ettiğini savunuyorlardı. Modernist yeniliklerin çoğu gibi, Yeni Tipografi de yalnızca bir tarz olsun diye ortaya çıkmamış, bir gereksinimden doğmuştur.

Bu saldırıları yanıtlayanlardan biri de, Alman Jan Tschichold'dur. Tschichold, Konstrüktivistlerden esinlendiği asimetrik tipografi yaklaşımını, 1925'de yayınladığı "Elementare Typographie" başlıklı kitabında, bir biçim dili halinde formüle etmiştir. Tschichold, "Eski tipografinin kuralları, tasarımdaki amaçla uygunluk ilkelerine ters düşmektedir. Simetrik olmayan düzenlemeler daha esnek ve günümüzün pratik ve estetik gereksinimlerine daha uygundur," diyordu. Grafikte yenilikçi güçleri destekleyip, geçmiş tarzları kopya edenleri eleştiren Wassily Kandinsky de, "Bu taklitler, maymunların maskaralıklarına benziyor," diyordu.

Tabii ki herhangi bir tarzın erdemlerini, tıpkı tipografide olduğu gibi, bu tarzın nasıl ve hangi amaç için uygulandığı belirler. Belli bir tarzın saf kullanılışı çok güzel olabileceken, yanlış ellerde sıradan, hatta çirkin işler ortaya çıkabilir. Örneğin, on sekizinci yüzyılda Fransız Ambroise Didot ve Giambattista Bodoni tarafından geliştirilen zarif harf karakterleri, iki yüzyıl sonra Victoria döneminin küçük, zevksiz ticarî matbaaları tarafından soysuzlaştırılmışlardır. O sıralar, bazı ciddi tipografiler standartları korumaya çalışmışlarsa da, hızlı ve ekonomik ticarî baskıya duyulan ve giderek artan gereksinim ile estetik eğitiminden yok-

sun ustaların hızla çoğalmaları karşısında pek etkili olamamışlardır. Sonuçta, çağın görsel kargaşasına hizmet edecek zarif klasik formlar üretilmiştir. elleri kolları bağlanmışlardır. tidönüşebilir. olabilir. Herhangi bir tarzın, kendi dönemi de olsa, eğitimsiz uygulayıcılar tarafından yaygın kullanımı, tarzın tanınmasını ve halk tarafından kabul görmesini kolaylaştırırken, kalitesini düşürmektedir. Arthur L. Liberty, ünlü satış mağazasını pahalı mallarla doldurabilmek için orijinal Art Nouveau tasarımlarını yüzü kızarmadan çalmış ve değiştirmiştir. Liberty, bu tarz için o güne dek görülmemiş bir pazar yaratmış, ancak aşırı teşhir yoluyla aynı tarzın ölümüne de katkıda bulunmuştur. On beş yirmi yıl sonra, Bauhaus da aynı sorunla karşılaştı. Ticarî firmaların sorumsuzca Bauhaus benzeri eşyalar üretmelerinden hiç hoşlanmayan, okulun müdürü Walter Gropius, "temel kurallarımızı ahlaksızca yeni moda ıvır zıvır üretmek için kullanan taklitçilere" karşı saldırıya geçmişti.

Ne var ki, benzeri olmayan bir yaratım daha sonra bir tarza dönüştüğünde, moda denilen o dev maya kaçınılmaz olarak işin içine karışır. Burada tartışılan bazı tarzlar, belli amaçlara hizmet eden, samimi bireysel çabalar olarak ortaya çıktıkları halde, daha sonra resmi veya evrensel olarak benimsenmişlerdir. Bazı durumlarda tarzdan sorumlu olan bireyler, tarzın yaygınlaşmasında isteyerek rol almışlardır. Bazıları ise, ideallerine sadık kalmak uğruna, fazla yaygınlaşan tarzlarını bir tarafa bırakıp, daha saf formların peşine düşmüşlerdir.

İlerici sanat, öncü sanatçıların tüm soyutlama çabalarına karşın, çoğu kez budanıp değiştirilerek ticarî tarza indirgenmiştir. Alman Ekspresyonizmi, Birinci Dünya Savaşı öncesindeki estetiği ve savaş sırasındaki pasifist polemikleriyle, açıkça radikaldir. Akımın sanatçıları, sanat çevreleri tarafından yıllarca eleştirildiler ve dışlandılar. Ancak zamanla, Ekspresyonist işler Almanya'nın Modernizme ilk katkıları olarak algılanmaya ve saygı görmeye başladılar. Savaşın sonu da, Ekspresyonizm Almanya'nın ulusal tarzı olup çıktı. Modern reklamcılık ve matbaacılıkta stilizasyonun başlıca kökeni, bu tarzın amblemi, kaba hatlı ahşap baskı formlarıydı. Bu aynı zamanda tarzın kısa sürede bir avant garde biçim olarak eskimesine de yol açtı.

Almanya'da, Ekspresyonizmin artistik gösterişçiliğini ve duygusal aşırılıklarını reddederek anti-sanat bayrağını açan Dada bile, stilistler tarafından gasp edilmekten kurtulamamıştır. Toplu üretilmiş reklamlar, dergiler, kitaplar ve afişler aracılığıyla dağıtılan Dada, o za-

manlar ve şimdi de, siyasî tutumları daha belirsiz tasarımcılar tarafından benimsenen belirgin bir kolaj, montaj ve tipografi tarzını yaymıştır. Günümüzde Punk ve Neo-Ekspresyonist tasarımdaki yansımalarıyla varlığını sürdüren Dada, çağdaş gençliğin fırtınalarını aktarabilen çok güçlü bir formüldür.

Yirminci yüzyılın en önemli avantgarde sanat akımlarından bazıları, fikirlerini popüler ticarî medya aracılığıyla yaymayı başarmışlardır. Ancak, sonuçta radikal bakışları üst üste çakışmış ve basitleştirilmiştir. İtalyan Fütürizmi, 1908'de F. T. Marinetti tarafından, Neoklasik Novocento Italiano tarzına çarpıcı bir biçimde zıt olarak şekillendirilmiş, aynı zamanda da Benito Mussolini'nin gelişmekte olan Faşist partisinin emrine verilmiştir. Fütürizmin, güçlü Makine Çağı yorumunun etkileri, Mussolini'nin gücü ile birlikte artmış, Mussolini'nin gücü kesinleştiğinden sonra da, hem ulusal hem de ticarî bir tarz olarak şansı açılmıştır. Ne var ki, yetkeci (otoriter) bir rejimin kaçınılmaz sonucu olarak, -özellikle de İtalya'nın savaşta katılmasıyla- Fütürizm, sonunda partinin gereksinimlerine boyun eğmek zorunda kalmıştır. Orijinal grafik tarzdan geriye kalan yalnızca dekoratif bir Fütürist kabuk olmuştur.

Son elli yıl içinde tasarım tarzlarının sayısında olağanüstü bir artış gözlenmiştir. Bunların bir kısmı ayakta kalmayı başarırken, diğerleri kısa ömürlü olmuştur. Nazi partisinin ortaya çıkışı ve daha sonra da İkinci Dünya Savaşı'nın başlaması birçok tasarım biçimi üzerinde doğrudan etkili olmuştur. Birçok Modernist saklanmak veya Avrupa'dan kaçmak zorunda kaldığı halde, güncel sanat ve tasarım akımlarının dağılması, grafik tasarımdaki tarz sürekliliğini yalnızca çok kısa bir süre için aksatmıştır. Gerçekten de, savaş sırasında Amerikalı Paul Rand ve Lester Beall ile Avrupalı göçmenler Herbert Matter, Alexey Brodovitch ve Herbert Bayer gibi birçok önemli tasarımcı, Modernist görüşle tutarlı bireysel tarzlar geliştirmişlerdir. İsviçreli Max Bill, Josef Müller-Brockmann ve Armin Hofmann gibi bazı tasarımcılar da, Konstruktivistlerin ve Bauhaus'un mirasından yeni bir biçim dili geliştirmişlerdir.

Çoğu, görüşlerinin kuram ve süreçlerine dair cömertçe yazan bu yenilikçi sanatçıların çabaları, birçok savaş sonrası tarzın doğumuna yol açtı. Savaş küllerinin arasından, belirgin iletişim gereksinimleri olan, yeni sanayi devletleri yükseliyordu. Yalnızca başka disiplinlerin ve medyanın meyvesi olmaktan çıkan grafik tasarım, artık iş dünyasının kimliğini oluşturmada başrolü oynuyordu. Ellilerde, ge-



Paul Rand. Modern Art USA [Çağdaş Sanat ABD]. Kitap kapağı, 1956

nel olarak İsviçre'deki gibi baskın bir rasyonalist etik hüküm sürerken, tasarımda eklektisizm ve canlandırıcılık [revivalism] görülmeye başladı. Artık tek bir tarz baskın değildi: rasyonalist tasarım, giderek genişleyen şirketler dünyasına yerleşti; eklektisizm ise bazı reklam, yayın ve pazarlama gereksinimleri için idealdi. Daha sonraları, Ayrılıkçı, Sembolist ve Doğu Hint motiflerinin özgün bir sentezi olan Saykodelik tarz, genç kültürün capcanlı ancak kısa yaşamını ifade etti.

Punk, Yeni Dalga, Japon ve Basel Okulları yoluyla, klasik formların güncelleştirilmiş geleneksel kılıflar içinde sunulduğu Post-Modernizm'e ulaşıldı. Kısa sürede, geçmişe saygıyı, güncel ile fazlasıyla ilgilenmeyi ve belki gelecekte korkuyu temsil eder hale gelen Post-Modernizm, son uluslararası tarz olarak Art Deco'nun yerini almış. Grafik tasarım, 1980'lerde daireyi tamamlamıştır. Başlangıçta Victoria döneminin Neo-Gotik kargaşasından doğmuş, Modernizm'in yalın işlevselliğini yaşamış ve tekrar bir Neoklasik katmanlar yığınının içine dönmüştür. Sanat tarihinin bu bakış açısından incelenmesi ilginç kültürel veriler doğurursa da, bu kitap popüler kültürün incelenmesi için yeni akademik yöntemler önerme iddiasında değildir. Yalnızca, on dokuzuncu yüzyıldan günümüze dek basılı iletişimde izlenmiş olan en önemli tarzları, okulları ve akımları, açıklamalı bir kronoloji halinde sunan ilk kitaptır. Ne eksiksiz ne de kati bir tarihedir. Daha çok, grafik tasarımın sürekli değişen topografyasında yolculuk ederken başvurulabilecek bir haritadır.

Bu haliyle kitap, görüntüyü yaratma değil, görüntünün kendisiyle ilgilenmektedir. Önemli bir tarzın gelişmesine ya da taraftar toplamasına, tek bir sanatçının dehasının yol açtığı pek enderdir. Belli bir tarzın prototiplerini sağlayan bireylerden söz ettiğimiz olduysa da, tutarlı olarak tasarım dönemlerinin biçimsel, amblematik, görsel özelliklerini vurguladık. Bu yüzden, örneğin bir tasarımcı çeşitli tarz

dönemleri boyunca ürün vermiş de olsa, kendisinden, işlerinin ilk görüldüğü dönemde söz edilmiş olabilir. Sayfalarda sunulmuş olan iş örneklerinin bir kısmı belli tasarımcılara atfedilebilirken, bir o kadarı da bilinmeyen sanatçılar tarafından üretilmişlerdir. Grafik tasarım bir sanat değil, öncelikle bir hizmettir. Gündelik basılı malzemelerin çoğunluğu imzasız ve çoğu kez de anonimdir. Tüm dönemlerde çırak ve kalfa tasarımcılar, kurumlaşmış matbaaların ve başvuru kaynaklarının belirlediği standartları ve baskın formları izlemişlerdir. Bugüne ulaşabilen işler de çoğunlukla bunlardır.

Bu yüzden Grafik Tarzlar, El Sanatları, Jugendstil, Konstruktivizm, Ekspresyonizm ve diğer önemli metodolojilere özgü unsurların nasıl ve neden matbaacıların, lay-out sanatçıların ve reklam tasarımcılarının ticaret ve iş dünyasında kullandıkları konvansiyonlar haline geldiğini irdelemektedir. Tarzın kökenlerini ve gelişimini izlerken amacımız, grafik tasarımın nasıl maddî kültür ile etkileştiğini, daha geniş dönemlere yayılan tarzların gelişiminde nasıl hem yardımcı hem de öncü görevi üstlendiğini göstermektir. Ashında, izini bulmaya çabaladığımız şey, bir dönemin popüler zevklerinin evrimidir.

VICTORIA DÖNEMİ (1835-1900)

Kraliçe Victoria 1837'de taç giydiği halde, mimarlık ve dekoratif sanatlarda onun adıyla anılan tarz gerçekte 1820'lerde ortaya çıkmış ve 1900'e dek İngiltere, Amerika ve Avrupa'nın büyük bir bölümünde süregelmiştir. Victoria tarzı, bu sert tabiatlı kraliçenin buluşu değil, bir toplumun sanayileşmeye karşı ürettiği estetik bir tepkiydi. Sanayi Devrimi, İngiltere için büyük bir sevinçti. Devrim, teknolojik yeniliklerle birlikte artan suç oranını, kentleşme sorunlarını ve şımarık bir nouveau riche sınıfını da beraberinde getirmişti. Onsekizinci yüzyılın sonu ile ondokuzuncu yüzyılın ortaları arasında, İngilizlerin bir zamanların köklü toplumsal, kentsel ve sanatsal sorumluluk duyguları ortadan kalktı. Toplumunu yönlendiren kültürel güç artık zenginlikti. Sınırsız refah tutkusu zenginlerden orta sınıfa doğru yayıldı. Popüler estetik giderek her türlü eleştirel standarttan yoksun hale gelmişti.

Çağdaş estetik standartları geriledikçe, Victoria dönemi sanatçıları esin arayışıyla geçmişe yöneldiler. Ortaçağ kalıntılarından özel tatlar alırken, bir yandan da Gotik sanat ve geçmiş yüzyılların mimarisi ile kendi dönemlerinin Hristiyan değerleri arasında paralellikler buldular. Buna karşın, Victoria tar-

zındaki ödünç unsurlar orijinal kültürlerinden tümüyle kopuklardı. Ralph Nicholson 1856'da Süslemenin Analizi adlı yapıtında uyanışçılara şöyle saldıırıyordu: "Bir tasarımcı biçimler ve renklerle kusursuz bir düzenleme yaratabilir. Ancak uygulama aşamasında bu, bir büyük aptallık işareti haline gelebilir."

İlk Victoria dönemi sanatçıları, büyük şamatalarla ortaya çıktılar. 1851'deki Büyük Sergi'nin ardından, tarihsel biçimler üzerine kurulu yeni süsleme anlayışı büyük bir coşkuyla kabul gördü. Victoria döneminde, maddî kazançların ıstahla sergilenmesinin gözü doyurduğuna, süslemenin toplumsal konumun görsel belirtilerine duyulan gereksinimi yanıtladığına inanılıyordu. Hemen hemen tüm ev eşyalarında görülen abartılı süslemeler sarsılmaz bir refah havası yaratırken bir yandan da bu tarzın bilinçli görsel kargaşasına katkıda bulunuyorlardı. Süslemenin Victoria dönemi toplumuna yalnızca konum ve göz zevki sağladığı düşünülebilirse de, o dönemin eleştirmenlerinden biri süslemelerin "insan doğasının daha sapsın arzularını" örtbas etme görevini de üstlendiğini savunuyordu. Ve adeta sanayileşme de bu sapık arzuların dışavurumuymuş gibi, mühendislerin teknolojik buluşları doğal biçimleri taklit eden dekoratif aşırılıklarla gizleniyorlardı.

Victoria dönemi beğenisi, süsleme ile tasarımın aynı işleve sahip oldukları yanılgısını taşıyordu. Sanat eleştirmeni ve mimar Augustus Welby Northmore Pugin bu sanıyı şöyle eleştiriyordu: "Gündelik kullanıma ait onca eşya, salt sanatçının süslemeden önce en uygun biçimi araştırılmaması, esas üretilme amacını gizlemek üzere onları bir takım aşırılıklarla bezemesi yüzünden saçma ve ucube bir hal alıyorlar." Victoria döneminden başka bir eleştirmen ise gururla yanıt veriyordu: "Yaşamın tadı, kılık değiştirmektir."

Victoria tarzının İngiltere'de doğduğu kabul ediliyor ancak Avrupa ve Amerika'da gelişmekte olan ticarî merkezlerde de etkileri hissediliyordu. Bu etki basılı kitle iletişim araçları yoluyla tüm sınıflara yaygınlaştırılıyordu. Sanayi Devrimi'nin yol açtığı üretim fazlası piyasada rekabeti artırılmıştı. Satıcılar müşterilerini, sundukları ürün ve hizmetlerin yararlarına dair eğitmeye çalışıyorlardı. Bu amaçla, aynı anda yazı ve görüntü basma tekniklerinin de gelişmesiyle reklamcılık adı verilen yeni bir medya doğdu. Reklamcılık, kısa süre sonra Victoria dönemi yaşam tarzının yararlarını haykıran bir çığırkan haline gelmişti.

Grafik sanatların üretimini düzenleyen standartlar, diğer dekoratif sanatları yönlendirenler gibi sayıca sınırlıydılar ve teknolojinin geliş-

me hızına ayak uyduramıyorlardı. Ticarî amaçlı basılı malzemelerin başlıca özelliği, döneme özgü yoğun süslemelerdi ve çoğu kez çağdaş mimarlıktaki alışılmamış uygulamalar taklit ediliyordu. Görüntüler çoğu kez kabaca çiziliyor ve basılıyorlardı. Tipografi kasten zayıftı. Örneğin bir dizgici, elinde miniskül "g" harfi bulunmadığında yerine başaşağı bir "b" harfi kullanmakta hiç bir sakınca görmüyordu.

Ancak zaman zaman bir tacirin herkesinkinden farklı bir duyuru talep etmesiyle, garip, hatta yaratıcı denebilecek ahşap harflerden oluşturulmuş gerçekten özgün başlıklar ortaya çıkıyordu. Bu yeni başlıkların tasarımcıları, Bodoni ve Didot gibi zarif onsekizinci yüzyıl harflerini hırpalıyor, şekillerini bozup onları daha iri ve daha kalın hallere sokuyorlardı. Fat Face adı verilen bu soysuzlaştırılmış harf karakterleri dönemin genel görünümünün simgesi haline geldiler. Gravür sanatçıları da ustalaştıkça, kontur, beyaz kontur ve gölgeli harfler daha çok görünür oldular. Fat Face'lere, yüzyılın en özgün tipografik formlarından biri haline gelen Mısır harfleri -Napoleon'un seferlerinden sonra bu ülkeye duyulan ilginin artmasından etkilenmiş gibi görünen köşeli ve tırnaklı harfler- katıldılar. Ticarî matbaaların sıkça kullanmaları sonucunda, ahşap başlık harfleri İngiltere'de ve diğer ülkelerde popüler oldular. Victoria dönemine özgü belirgin sayfa düzeni tarzı da -tek bir başlık içine sıkıştırılmış çok farklı punto ve karakterlerde sözcükler- değerli santimetrekarelerin her birini kullanmaya yönelik bir yararcılığın sonucuydu.

1845'e gelindiğinde, yüksek hızlı buharlı matbaa makineleri basılı malzemelerin sayısını öylesine artırmıştı ki, kent çehreleri, duvarları boş yer kalmamacasına kaplayan afiş ve duyurularla lekelenmişti. Bu grafik saldırısına yasalar ve vergiler yoluyla karşı konuldu. Reklam yapılabilecek alanların kesin sınırları çizildi. Buna karşın reklamcılar ayak dirediler ve meslekleri herkesçe kabul gördü; giderek ticarî sanat da reklamcılık ile birlikte yüceldi. 1860'larda, ticarî sanat alanına mesleklerinde yüksek öğrenim görmüş çok sayıda usta ve zanaatçı katıldı. Bunun sonucunda, basılı malzemelerin görsel kalitesi yükselmeye, kavramsal olgunlukları artmaya başladı. Hatta bunlardan bazıları oldukça güzel sayılırlardı!

Victoria dönemi tarzını doğuran teknolojik gelişmeler, yüzyıl boyunca bu akımın görünümünü değiştirmeye devam ettiler. Önce, 1870'lerde Almanya ve Amerika'da renkli taşbaskı tekniği gelişti. Daha sonra, yüzyılın sonlarında fotoğraf tekniği klişeyi doğurdu. Tasarımcılar yavaş yavaş, baskı kata-

logları yoluyla satılan standartlaşmış desenleri ve ortak süslemeleri tercih etmeye başladılar. Victoria döneminin tahta kalıp ve gravür baskıları ile küt tırnaklı ve Gotik harf karakterleri, sonunda daha dalgalı, organik ve kıvrımlı biçimlere yol açtı. Gerçekten de Victoria tarzı, egemen olduğu 75 yıl boyunca, Gotik tarzın nostaljik bir canlanması olarak ortaya çıkıp, zamanla modernizmin habercisi haline gelmiştir.

İngiltere

Bugün, Victoria döneminin dekoratif aşırılıkları oldukça uzak ve garip görünmektedir. Çünkü, çağın sanat ve siyaset ortamından soyutlandığında bu basılı malzemelerden geriye yalın ve nostaljik bir güzellik kalmaktadır yalnızca. Ne var ki Victoria döneminde, süsleme ile tasarımın aynı şey olduğu yanlışlığının sıkıntıları yaşandı. Bu çağ, rönesans döneminin katı tipografi standartlarındaki çözümlere tanık oldu. Bu çözümlerin en tipik örnekleri, afişlerde ve el ilanlarında kullanılan soysuzlaştırılmış siyah Bodoni ve Didot harf karakterleri ile küt tırnaklı Mısır (Egyptian) başlık harfleridir. İşlevsel sözcüğü o zamanlar bilseydi, Victoria dönemi tasarımcıları bu sözcüğün temsil ettiği her şeye karşı çıkarlardı. Onlara göre süsleme, Victoria döneminin konforlu yaşam tarzını yansıtan bir meziyetti. İngiltere'nin bir numaralı taşlama dergisi Punch'ın kapağı ve abartılı Rokoko tarzında uygulanmış Arthur Dixon mağaza tabelası, bunun örnekleridir. On dokuzuncu yüzyıl boyunca tüketici ruhu gelişirken, tanıtım ilanlarının üretimi işi de estetik terbi-

Tasarımcısı bilinmiyor. Frenoloji. Fiziyojji. Konferans afişi, 1861

Tasarımcısı bilinmiyor. Boltonian İç Çamaşırları. İlan, 1888. Chris Mullen arşivinden

yesinden yoksun ticarî matbaaların eline kalmıştı. Bu matbaalar, tipografi ihtiyaçlarını inanılmaz çeşitlilikteki özgün başlık harfleriyle gideriyorlardı. Matbaa tarihçisi Michael Twyman şöyle yazıyor: "Gündelik ve periyodik iş yapan matbaalar artık yeni sorunlarla karşı karşıyaydılar... yeni yöntemler ve yeni malzemeler... yeni müşteriler... ve baskıya geçirilecek yeni bilgi türleri. Sonuçta, 19.

Tasarımcısı bilinmiyor. Hollanda Çiçek Soğanları. Dizgi örneği. Uluslararası Matbaacılar Örnek Kataloğu [The Printers' International Specimen Exchange] Cilt VII, Londra, 1885. Chris Mullen arşivinden

yüzyıl matbaacısını 18. yüzyıldaki meslektaşından bütünüyle ayıran ve grafik tasarımı yeni bir meslek olarak doğuran yepyeni bir tasarım anlayışı ortaya çıkmıştı." Owen Jones Süslemenin Dilbilgisi [The Grammar of Ornament] başlıklı kitabında (1856), Victoria dönemi tasarımcıları için, mimarlık ve tasarımda kullanılmış eski desen ve grafikleri derlemişti. Bu desenler, örnek kitaplarında standartlaştırılarak, küçük işletmelere hizmet veren matbaalara hazır tasarımlar olarak satılıyorlardı. Hazır örneklerden, Boltonian İç Çamaşırları afişinde olduğu gibi, özgün tasarımlar için esin kaynağı olarak da yararlanılıyordu.

(Sürecek)

YAZILAR
 Gratikerler Meslek Kuruluşu
 Derneği adına sahibi
 Yurdaer Altıntaş
 Sorumlu Yayın Yönetmeni
 Bülent Erkmen
 Uygulama: Feride Ilgüy
 Ayda bir yayımlanır, para ile satılmaz.
 Tüm hakları saklıdır.
 Dizgi: Osman Tulu TIPOGRAF
 Basıldığı yer: OFSET YAPIMEVİ